

BAB 4

SIMPULAN

Dari hasil pembahasan yang ada, dapat disimpulkan :

1. Dalam mengimplementasikan strategi pemasaran intelijen sebagai informasi manajemen dalam menciptakan keunggulan bersaing adalah dengan mengidentifikasi konsumen, penentuan apa yang perlu diketahui dari konsumen, mengidentifikasi sumber-sumber spesifik informasi yang perlu diketahui, organisasi mencari sumber-sumber ekonomi organisasi dan memikirkan suatu strategi untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan yang tidak dapat diakses oleh organisasi yang bersangkutan, integrasi informasi dari semua sumber informasi yang didapat dan memantau tindakan konsumen dan mengkonsumsikan secara terus-menerus kepada sistem informasi pemasaran.
2. Sistem intelijen pemasaran berguna untuk menghasilkan informasi yang berguna bagi manajer pemasaran untuk mengambil keputusan dan menentukan strategi usaha yang tepat.
3. Melalui sistem informasi pemasaran yang berbasis intelijen pemasaran diharapkan dapat dicapai keunggulan bersaing, sebab melalui informasi yang berkualitas, hasil pengelolaan informasi yang dilakukan akan menghasilkan keputusan dan strategi yang tepat untuk mencapai keunggulan bersaing.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Glueck, F, 1999, *manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*, Erlangga, Jakarta.
- Irawan, 2001, *Market Intelligence*, Majalah *Marketing*, edisi 19 Juli – 1 Agustus, Jakarta.
- Kotler, Philip., 2005, *Manajemen Pemasaran. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall International, Inc.*
- _____, 1995, *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi Keenam (terjemahan), Jilid 1, Intermedia, Jakarta.
- Lo, Eko Widodo, 2000, *Sistem Intelijen Kompetitif*, Jurnal Akuntansi dan Manajemen, STIE YKPN Yogyakarta, Edisi Januari–Maret 22-28.
- M. Royan, Frans, 2005, *Market Intelligence*, Edisi pertama, Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Nitisemito, 2002, *Marketing*, Cetakan Ke-5, Edisi Ke-3, Yogyakarta: Liberty.
- Porter, Michael, 1994, *Keunggulan Bersaing*, Biharupa Aksara, Jakarta.
- Swastha, Basu, dan Ibnu Sukotjo W., 2000, *Pengantar Bisnis Modern (pengantar Ekonomi Perusahaan Modern)*, Cetakan Ke-8, Yogyakarta: Liberty Offset.
- Zubaidi, Yasrin, 2000, *Competitive Intelligence Program (Cip) : Peranannya Dalam Menghadapi Dan Memenangkan Persaingan*, USAHAWAN NO. 02 TH XXIX FEBRUARI.